

Στρατηγικό Μάρκετινγκ

Ενότητα 13:

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Δρ. Δημήτρης Μπελιάς
Επίκουρος Καθηγητής
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Σκοποί ενότητας

Η δέκατη τρίτη ενότητα παρουσιάζει τους παράγοντες που επηρεάζουν την επέκτασή μιας επιχείρησης στο εξωτερικό, ποιες αγορές να επιλέξουν, ποιοι είναι οι κυριότεροι τρόποι εισόδου σε μια αγορά του εξωτερικού και με ποιο τρόπο η επιχείρηση διευθύνει τις διεθνείς δραστηριότητές της.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Παγκόσμια επιχείρηση.

Εκείνη που λειτουργεί σε περισσότερες από μία χώρες και εξασφαλίζει πλεονεκτήματα έρευνας και ανάπτυξης, παραγωγής, εφοδιασμού, μάρκετινγκ, και οικονομικά, όσον αφορά τα έξοδα και το κύρος της, κάτι που δε διαθέτουν οι αμιγώς εγχώριοι ανταγωνιστές.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Οι κυριότερες αποφάσεις στο διεθνές μάρκετινγκ:

- Απόφαση για την επέκταση στο εξωτερικό.
- Απόφαση για τις αγορές στις οποίες θα μπει η εταιρεία.
- Απόφαση για το πώς η εταιρεία θα μπει στην αγορά.
- Απόφαση για το πρόγραμμα μάρκετινγκ.
- Απόφαση για την οργάνωση μάρκετινγκ.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Τέσσερα στάδια της διαδικασίας διεθνοποίησης:

- Καμία τακτική εξαγωγική δραστηριότητα.
- Εξαγωγές μέσω ανεξάρτητων αντιπροσώπων.
- Δημιουργία μίας ή περισσότερων θυγατρικών εταιρειών για πωλήσεις.
- Δημιουργία εγκαταστάσεων παραγωγής στο εξωτερικό.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Πέντε τρόποι εισόδου σε ξένες αγορές:

- Έμμεση εξαγωγή.
- Άμεση εξαγωγή.
- Εκχώρηση δικαιωμάτων.
- Κοινοπραξίες.
- Άμεση επένδυση.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Μέθοδοι για άμεσες εξαγωγές

- Εγχώριο τμήμα ή τομέας εξαγωγών.
- Κλάδος ή θυγατρική εταιρεία πωλήσεων εξωτερικού.
- Περιοδεύοντες αντιπρόσωποι πωλήσεων εξωτερικού.
- Διανομείς ή αντιπρόσωποι με έδρα στο εξωτερικό.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Παγκόσμιο μάρκετινγκ.

Πλεονεκτήματα.

- Οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή και τη διανομή.
- Μικρότερα έξοδα μάρκετινγκ.
- Ισχύς και εύρος.
- Συνέπεια στην εικόνα της μάρκας.
- Δυνατότητα μόχλευσης.
- Ομοιομορφία στις πρακτικές μάρκετινγκ.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Παγκόσμιο μάρκετινγκ.

Μειονεκτήματα.

- Διαφορές στις ανάγκες, τις επιθυμίες, και τα πρότυπα χρήσης.
- Διαφορές στην απόκριση των καταναλωτών στα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ.
- Διαφορές στην ανάπτυξη της μάρκας.
- Διαφορές στο περιβάλλον.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Πολιτιστικές διαστάσεις.

- ❖ Ατομικισμός έναντι συλλογικότητας.
- ❖ Απόσταση μεταξύ ανώτερης και κατώτερης εξουσίας.
- ❖ Ανδροκρατία έναντι φεμινισμού.
- ❖ Αδύναμη έναντι δυναμικής αποφυγής της αβεβαιότητας.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές Διεθνείς στρατηγικές προϊόντος και επικοινωνιών (άμεση επέκταση, προσαρμογή προϊόντος, προσαρμογή επικοινωνίας, διπλή προσαρμογή, επινόηση προϊόντος).

		Προϊόν		
		Μη αλλαγή προϊόντος	Προσαρμογή προϊόντος	Δημιουργία νέου προϊόντος
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	Μη αλλαγή προώθησης	Άμεση επέκταση	Προσαρμογή προϊόντος	Επινόηση προϊόντος
	Προσαρμογή προώθησης	Προσαρμογή επικοινωνίας	Διπλή προσαρμογή	

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Επιλογές Τιμολόγησης:

- Καθορισμός μίας ενιαίας τιμής για όλες τις χώρες.
- Καθορισμός μίας τιμής ανάλογης με την τοπική χώρα.
- Καθορισμός σε κάθε χώρα μιας τιμής που να βασίζεται στο κόστος.

Είσοδος στις παγκόσμιες αγορές

Συνολική άποψη των καναλιών διανομής για το διεθνές μάρκετινγκ:

- Πωλητής.
- Έδρα διεθνούς εμπορίου του πωλητή.
- Κανάλια μεταξύ χωρών.
- Κανάλια μέσα στις ξένες χώρες.
- Τελικοί αγοραστές.

Βιβλιογραφία

- Andreasen, A. R., Kotler, P., & Parker, D. (2008). Strategic marketing for nonprofit organizations.
- Cravens, D. W., & Piercy, N. (2006). Strategic marketing (Vol. 6). New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2006), Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ, 12η Αμερικανική έκδοση, Κλειδάριθμος.
- Proctor, T. (2014). Strategic marketing: an introduction. Routledge.
- West, D. C., Ford, J., & Ibrahim, E. (2015). Strategic marketing: creating competitive advantage. Oxford University Press, USA.
- Wilson, R. M., & Gilligan, C. (2012). Strategic marketing management. Routledge.
- Wilson, R. M. (2010). Strategic marketing planning. Routledge.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας !!!

